

EFEKTIVITAS IKLAN PADA TRANSIT MEDIA

(Perbandingan Efektivitas Iklan Provider SimPATI terhadap Pengguna Telkomsel
dan Bukan Pengguna Telkomsel pada Batik Solo Trans dengan Menggunakan
Metode EPIC Model)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

oleh:

TYAS DEWANTININGRUM

08 09 03686 / kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi: **EFEKTIVITAS IKLAN PADA TRANSIT MEDIA**

(Perbandingan Efektivitas Iklan Provider SimPATI terhadap Pengguna Telkomsel dan Bukan Pengguna Telkomsel pada Batik Solo Trans dengan Menggunakan Metode EPIC Model)

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

TYAS DEWANTININGRUM

08 09 03686

Disetujui oleh:

Dyah Ayu Retno Widayastuti, S. Sos., M.Si

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Efektivitas Iklan Pada Transit Media
(Perbandingan Efektivitas Iklan Provider SimPATI
terhadap Pengguna Telkomsel dan Bukan
Pengguna Telkomsel pada Batik Solo Trans dengan
Menggunakan Metode EPIC Model)

Penyusun : Tyas Dewantiningrum
NIM : 08 09 03686

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada:
Hari, tanggal : Rabu, 25 Juli 2012
Pukul : 11.00 WIB
Tempat : Ruang pendadaran lantai 1

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP., M.Si

Penguji Utama

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S. Sos., M.Si

Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA

Penguji II

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tyas Dewantiningrum
No Mahasiswa : 08 09 03686
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Efektivitas Iklan Pada Transit Media
(Perbandingan Efektivitas Iklan Provider SimPATI
terhadap Pengguna Telkomsel dan Bukan
Pengguna Telkomsel pada Batik Solo Trans dengan
Menggunakan Metode EPIC Model)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 17 Juli 2012

Saya yang menyatakan,


Tyas Dewantiningrum

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas anugrah Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat bimbingannya dan penyertaannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang membuat skripsi ini jauh dari sempurna. Namun, pelajaran terbaik adalah ketika kita mampu belajar dari setiap kekurangan, keterbatasan dan kesalahan yang ada, serta mampu bangkit dan memperbaikinya menjadi lebih baik lagi.

Tak lupa penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberkati, membimbing dan menyertaiku dalam menjalani kehidupan ini.
2. Kedua orang tua yang selalu mendukung menyemangati dan mendoakan yang terbaik untuk penulis.
3. Ibu Dhyah Ayu selaku pembimbing yang siap membantu dan membimbing karya tulis ini sehingga dapat selesai.
4. Ibu Anita dan Pak Bambang, terimakasih untuk setiap masukannya sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Kedua saudara saya K Dhita dan Adik Dhimas yang selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik.
6. Teman-teman seperjuangan: Minami, Mamba, Kitty, Dephoy, Dhila, Tia, Saras, Kresna yang turut menghibur dan membantu penulis.

7. Teman-teman KKN: Ferry, Siska, Marco, Ayu, Galeh dan Bagus yang turut menyemangati agar karya tulis ini cepat selesai.
8. Serta masih banyak pihak yang tidak bisa penulis ungkapkan satu-satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu segala saran dan kritiknya akan penulis terima dengan senang hati dan berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian dan perkembangan ilmu pengetahuan. akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 26 Juli 2012

Tyas Dewantiningrum

HALAMAN MOTO

They plant knowledge and we are the one harvest it, We are proud to be your
student, Thaks for being our teacher.

Do the best you can do, then God will do the best you cant do

Masa depan harus dipikirkan, direncanakan dan dipersiapkan sebaik-baiknya,
tetapi jangan sekali-kali anda kuatir akan hari esok.

(Dale Carnegie)

ABSTRAKSI

Efektivitas Iklan Pada Transit Media

(Perbandingan Efektivitas Iklan Provider SimPATI terhadap Pengguna Telkomsel dan Bukan Pengguna Telkomsel pada Batik Solo Trans dengan Menggunakan Metode EPIC Model)

Seiring dengan berkembangnya industri periklanan saat ini, media yang digunakan juga ikut berkembang. Dengan semakin beragamnya media, pemasangan iklan juga akan lebih bebas dalam memilih media yang akan digunakan sebagai sarana untuk mengiklankan produknya, selain itu pemasangan iklan juga lebih mudah dalam memilih pasar yang akan dituju. Karena itu sebelum iklan dikirimkan, pemasang iklan harus betul-betul mempertimbangkan bagaimana *audience* akan menginterpretasikan dan memberikan respon terhadap iklan yang dimaksud.

Bus sendiri merupakan alat transportasi umum yang sering digunakan oleh masyarakat. Dapat dibayangkan setiap hari orang dapat melihat bus di jalan raya. Pemilihan Batik Solo Trans karena hal ini dianggap baru di wilayah Solo, sehingga penulis ingin mengetahui apakah media bergerak seperti Batik Solo Trans efektif sebagai media beriklan.

Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2012 dengan membagikan kuisioner kepada penumpang Batik Solo Trans baik yang menggunakan provider Telkomsel maupun bukan pengguna provider Telkomsel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Sedangkan untuk menganalisa data yang didapatkan menggunakan EPIC model yang dikeluarkan oleh A.C Neilsen.

Berdasarkan hasil penelitian dan olah data yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa iklan simPATI pada Batik Solo Trans yang diukur dengan metode EPIC model terhadap pengguna Telkomsel dan bukan Pengguna Telkomsel masuk dalam kategori efektif.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Kerangka Teori	6
1.6. Kerangka Konsep	19
1.7. Definisi Operasional	22
1.8. Metodologi Penelitian	28
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	40
2.1. Telkomsel dan simPATI	40

2.2. Batik Solo Trans	45
2.3. Iklan simPATI pada Batik Solo Trans	30
BAB III HASIL DAN ANALISA DATA	52
3.1. Analisis Validitas dan Reabilitas	52
3.2. Hasil Uji Dimensi EPIC Model	56
3.3. Grafik Hasil	70
3.4 Interpretasi Data	70
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	79
4.1. Kesimpulan	79
4.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

1.1.	Tabel Penelitian oleh CBS ...	3
1.2.	Tabel Indikator Penelitian ...	24
1.3.	Tabel Rentang Skala.....	39
3.1.	Tabel Uji Validitas Variabel Empathy	55
3.2.	Tabel Uji Validitas Variabel Persuation	55
3.3.	Tabel Uji Validitas Variabel Impact	56
3.4.	Tabel Uji Validitas Variabel Communication	56
3.5.	Tabel Hasil Uji Reabilitas ...	57
3.6.	Tabel Data <i>Empathy</i> pengguna Telkomsel	60
3.7.	Tabel Data <i>Empathy</i> bukan pengguna Telkomsel	60
3.8.	Tabel Data <i>Persuation</i> pengguna Telkomsel	62
3.9.	Tabel Data <i>Persuation</i> bukan pengguna Telkomsel	63
3.10.	Tabel Data <i>Impact</i> pengguna Telkomsel	66
3.11.	Tabel Data <i>Impact</i> bukan pengguna Telkomsel	66
3.12.	Tabel Data <i>Communication</i> pengguna Telkomsel	69
3.13.	Tabel Data <i>Communication</i> bukan pengguna Telkomsel	70

DAFTAR GAMBAR

1.1.	Gambar Teknis Pelaksanaan	40
2.1.	Iklan Tampak Samping	51
2.2.	Detail Samping	51
2.3.	Iklan Tampak Depan	52
2.4.	Iklan Tampak Belakang	52
3.1.	Gambar Rentang Skala dimensi <i>Empathy</i>	60
3.2.	Gambar Rentang Skala dimensi <i>Persuasion</i>	63
3.3.	Gambar Rentang Skala dimensi <i>Impact</i>	66
3.4.	Gambar Rentang Skala dimensi <i>Communication</i>	69
3.5.	Gambar Grafik Hasil	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiomer	2 lembar
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reailitas	8 lembar
Lampiran 3 Data Responden Telkomsel	3 lembar
Lampiran 4 Data Responden Bukan Telkomsel	3 lembar
Lampiran 5 Hasil Penghitungan EPIC untuk Telkomsel	2 lembar
Lampiran 6 Hasil Penghitungan EPIC untuk Bukan Telkomsel	2 lembar